

ABSTRAK

Happy Puppy Ring Road Yogyakarta (HP-22) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa hiburan karaoke di Yogyakarta. Kiprah HP-22 sejauh ini sudah cukup dikenal namun munculnya persaingan yang semakin kompetitif memacu HP-22 untuk lebih meningkatkan strateginya. Berdasarkan hal tersebut, didapatkan rumusan masalah bagaimana strategi *Marketing Public Relations* HP-22 dalam menarik minat dan menciptakan loyalitas pelanggan, dan apa yang menjadi faktor pendukung serta penghambat dalam pelaksanaannya?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengevaluasi strategi *Marketing Public Relations* HP-22 dalam menarik minat dan menciptakan loyalitas pelanggan, serta mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam upaya tersebut. Metode penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, strategi MPR HP-22 yang dilakukan melalui tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi cukup berhasil, namun keberhasilan HP-22 dalam menarik minat dan menciptakan loyalitas pelanggan ini masih didukung melalui upaya strategi komunikasi pemasaran. Strategi MPR HP-22 dalam menarik minat pengunjung adalah menggunakan *three ways strategy* yaitu *push strategy* melalui *activity promotions*, *pull strategy* melalui publikasi, *event*, *sponsorship* dan *pass strategy* dengan membangun dan mempertahankan citra positif, sedangkan strategi MPR HP-22 dalam menciptakan loyalitas pelanggan adalah melalui *relationship marketing*, *superior customer service*, serta penanganan keluhan yang efisien. Strategi MPR HP-22 dalam menarik minat dan menciptakan loyalitas pelanggan tidak terlepas dari faktor pendukung yaitu citra dan *brand* korporat Happy Puppy yang sudah dikenal dan publisitas positif dari pengunjung. Pada pelaksanaan strategi terdapat faktor penghambat yaitu tidak adanya divisi khusus yang menangani kegiatan MPR, tidak adanya biaya khusus mengakibatkan strategi MPR HP-22 tidak dapat berjalan maksimal dan kurang inovatif.

ABSTRACT

Happy Puppy Ring Road of Yogyakarta (HP-22) is a kind of company that specializes in karaoke service entertainment in Yogyakarta. So far, gait of HP-22 is well known. However, emergences of competitors that are more competitive increasingly spur HP-22 to more improve its strategy. Based on that issue, it is found the research problem how is the strategy of Marketing of Public Relation of HP-22 to get the interest and to create loyalty of consumers and what are the proponent and opponent factors in the implementation? The purposes of this study are to discover and to evaluate the Public Relations Marketing of HP-22 in getting the interest and creating loyalty of consumers, and to find out the proponent and opponent factors in this effort. The method of research being used is descriptive qualitative. The result of this research shows that MPR strategy of HP-22 that is done through planning, implementation and evaluation phase is success but its success in getting interest and creating loyalty of consumer is still supported by the effort of marketing communication strategy. Strategy of implementation in getting the interest of visitors is by using three ways strategies. They are push strategy through activities promotions, pull strategy through publications, events, sponsorships, and pass strategy through building up and maintaining a positive image. Furthermore, the implementation of MPR HP-22 in creating loyalty consumers through relationship of marketing, superior customer service, and handling of customers' complaint efficiently. Strategy of MPR HP-22 in getting the customers' interest and creating the loyalty of customers can not be separated from the proponent factor, image and brand corporate of Happy Puppy that is well known and positive publicity from the visitors. In the implementation of strategy, there are opponent factors. They are there is no a special division that handles MPR activities, there is no special budget that causes the MPR strategy of HP-22 cannot work maximal and less innovation.